

BAB VI

PENUTUP

6.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari pengamatan dan penelitian yang telah dilakukan pada *minimarket* 212, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Penelitian ini menggunakan data penjualan yang di ambil pada *minimarket* 212 dengan jumlah data yang digunakan 523 dan mempunyai 49 atribut yaitu: Kemasan Teh, Kemasan Kopi Kemasan Buah, Kemasan Soda, Minuman Sachet Instan, Minumanisotonik, Mie Instan, Snackwafer Biskuit, Snackciki, Snackcereal, Eskrim, Roti, Susu, Selai, Coklat, Permen, Makanan Kemasan Olahan, Plastik Kereseck, Garem, Gula, Teh, Kopi, Minyak, Kecap, Saos, Telur, Beras Bumbu Dapur, Air Mineral Galon, Perabot Rumah, Pakaian, Body Care, Kapas Tissue, Odol, Sikat Gigi, Sabun Mandi Muka, Shampo, Parfum, Detergen, Pelembut Pakaian, Antiseptik, Insektisida, Alat Solat, *Diapers*, Obat Kesehatan, Mainan, Alat Tulis, Buah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Asosiasi Algoritma Apriori dari perhitungan yang telah dilakukan, maka direkomendasikan penulis kategori barang yang harus diperbanyak persediaannya dan dilakukan penempatan secara berdekatan dan terstruktur di rak paling depan dekat pintu agar mempermudah pelanggan saat mencari *item*. Kategori barang tersebut adalah Shampo, Sabun Mandi Muka, Odol, Detergen, Snackwafer Biskuit, Snackciki, Plastik Kereseck, Susu, Coklat, Minyak.

2. Dalam hasil perhitungan manual dan *tool* Weka berbeda, hal ini bisa terjadi karena kehilangan data dan pemilihan kombinasi *itemset*nya dipilih secara acak. Aturan asosiasi tersebut menghasilkan 10 *rules*, yaitu:
 1. Jika konsumen membeli Shampo maka juga akan membeli Sabun Mandi Muka dengan nilai *Confidence* 72%
 2. Jika konsumen membeli Snackwafer Biskuit dan Snackciki maka juga akan membeli Plastik Keresek dengan nilai *Confidence* 69%
 3. Jika konsumen membeli Odol maka juga akan membeli Sabun Mandi Muka dengan nilai *Confidence* 69%
 4. Jika konsumen membeli Snackciki dan Plastik Keresek maka juga akan membeli Snackwafer Biskuit dengan nilai *Confidence* 64%
 5. Jika konsumen membeli Detergen maka juga akan membeli Sabun Mandi Muka dengan nilai *Confidence* 72%
 6. Jika konsumen membeli Snackciki maka juga akan membeli Plastik Keresek dengan nilai *Confidence* 60%
 7. Jika konsumen membeli Snackwafer Biskuit, Susu maka juga akan membeli Plastik Keresek dengan nilai *Confidence* 60%
 8. Jika konsumen membeli Minyak maka juga akan membeli Sabun Mandi Muka dengan nilai *Confidence* 59%
 9. Jika konsumen membeli Coklat maka juga akan membeli Plastik Keresek dengan nilai *Confidence* 72%
 10. Jika konsumen membeli Snackciki maka juga akan membeli Snackwafer Biskuit dengan nilai *Confidence* 55%

6.2 SARAN

Analisa perhitungan untuk menentukan penempatan dan persediaan barang ini masih jauh dari sempurna sehingga perlu dilakukan perbaikan dan pengembangan, maka ada beberapa saran yang dapat diberikan untuk pengembangan lebih lanjut, yaitu :

1. Diharapkan dalam penelitian selanjutnya peneliti dapat menggunakan metode yang lain dalam menganalisa data.
2. Diharapkan dalam penelitian selanjutnya peneliti dapat memperbanyak kuantitas dalam data agar mendapat lebih banyak *rules* yang dihasilkan.
3. Diharapkan untuk analisa selanjutnya dapat digunakan untuk pengambilan keputusan untuk stok persediaan dan penempatan barang diwaktu yang akan datang.